







LEMBAR PENGESAHAN

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

**Pada Tanggal
20 Oktober 2015**

**Mengesahkan
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata
Dekan**

(Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes.)

Dewan Penguji

1. Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si _____
2. Drs. George Hardjanta, M.Si _____
3. Dr. Kristiana Haryanti, M.Si _____



For Mr and Mrs. G,
and all the G's family member...

MOTTO

“I’m not upset with anyone who’s ever neglected me, hurt me, abused me,
or took me for granted.

I have no grudge against anyone who’s ever turned their back on me, spoke
down on me, or slept on me.

I’m happy with my self for recognizing that sometimes in life people fuck
up.

I’ve fucked up numerous times too.

I’ve been selfish and treated people in a way that I wish I never would
have..

But..

I’m happy with my self for forgiving everyone who forced me to learn
something about people, the hard way.

One thing about life is..

You create it and manifest it at your own desire/ level of perceptions.

So if you believe, life is beautiful..

Let everything you go through be beautiful.

Even the ugliest things you’ll have to face”.

Reyna Biddy

Sometimes, you just have to take on faith..

Vin Diesel, as Dominic Toretto on Fast & Furious 6

“Saya jamin, Tuan-tuan, bahwa yang mustahil selalu berhasil, yang paling
tidak mungkin adalah yang pasti..”

Georges Van Vrekhem, from his book “Hitler & His God”

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Hubungan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Organisasi dengan Loyalitas Nasabah Kredit PT. BPR Restu Artha Makmur Semarang”.

Penelitian ini disusun guna melengkapi tugas dan syarat kelulusan Program Strata I Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik, secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. M. Sih Setija Utami, M.Kes selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dr. Kristiana Haryanti. M.Si selaku dosen pembimbing serta mentor saya di kampus yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dalam perwalian.
4. IbuDra. Emiliana Primastuti, M.Si selaku dosen penguji proposal.

5. Bapak Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si dan Bapak Drs. George Hardjanta, M.Si selaku dosen penguji skripsi.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, seluruh Staff Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membekali ilmu pengetahuan.
7. Bapak Tinus, Bapak Winarko, Pak Broto, dan Mbak Avi, yang mengizinkan penulis melakukan penelitian di PT. BPR Restu Artha Makmur Semarang serta seluruh jajaran Marketing PT BPR Restu Artha Makmur Semarang yang membantu penulis dalam jalannya penyebaran skala kepada nasabah.
8. Keluarga besar penulis terkhusus Mama, Papa, Gustian, dan Gustika yang selalu memberikan dukungan serta membuat penulis termotivasi sehingga mampu menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir dengan baik.
9. Teman-teman Penyiar Radio 101.6 IBC FM Semarang, Mbak Marsya, Rico, Mbak Adel, dan lain-lain, yang tidak pernah lupa memberikan hiburan kepada penulis.
10. Teman-teman dalam kepanitiaan yang pernah penulis ikuti, SINERGI 2012 dan 2014, LOKAKARYA Studi dan Karir periode 2012-2013 dan 2013-2014, RECTOR CUP 2013, serta MADIWA 2013 dan 2014 .

11. Oky, Wina, Maya, Nindi dan teman-teman kelas D yang lain. Sahabat Tunas Harapan Pati dan traning & outbound yang pernah penulis ikuti: Ira, Sima, Tiara, Patrick, Edo, Bagas, Teo, Jordy, Arel, dan masih banyak lagi yang *nge-job* barengnya masih selalu dirindukan.
12. Teman-teman BEM Fakultas Psikologi periode 2013-2014 (Edo, Daniel, Cetrika, Putri, Prana, Benny, Adi Big, Shabrina, Intan-nduty, Ira, Hanna, Marcel dan Adi-Jambrong)
13. Kawan seperjuangan dan sepenanggungan di kampus (Indira Nurida, Ardani Amalia, Rizka Niswatul, dan Hanif Dwi Prasetyo) yang tidak pernah berhenti memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi maupun masalah diluar skripsi.
14. Dedi Permana, Galih D. Utama, dan Ariza Rakhmanzah, teman-teman kecil yang tidak pernah absen dalam momen-momen hidup penulis, "*ten years and still counting...*".
15. Teman-teman semasa SMA yang masih setia hadir mendampingi penulis, Atiko Novandika, Okky Aries, Sany Combo, Wahyu Wee, dan masih banyak lagi.
16. Teman-teman dan semua yang tak sanggup saya ucapkan satu per satu yang telah mendukung, memberikan pembelajaran dan menerima saya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca supaya penulis dapat menyusun penelitian selanjutnya. Terima kasih dan sukses untuk kita semua.

Semarang, 23 Oktober 2015

Penulis



HUBUNGAN KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP ORGANISASI DENGAN LOYALITAS NASABAH KREDIT PT. BPR RESTU ARTHA MAKMUR SEMARANG

Gita Trisnawati

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah pada organisasi dengan loyalitas nasabah kredit PT. BPR Restu Artha Makmur Semarang. Hipotesis mayor yang diajukan adalah ada hubungan antara kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah pada organisasi dengan loyalitas nasabah kredit PT. BPR Restu Artha Makmur Semarang. Hipotesis minor yang pertama adalah ada hubungan positif antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah. Sedangkan hipotesis minor yang kedua adalah, ada hubungan positif antara kepercayaan nasabah terhadap organisasi dengan loyalitas nasabah. Subjek penelitian berjumlah 70 orang nasabah kredit. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat ukur skala loyalitas pelanggan, skala kepuasan pelanggan, dan skala kepercayaan pelanggan terhadap organisasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan Teknik Analisis Regresi. Berdasarkan hasil analisis diperoleh $R = 0,694$ dengan $F = 31,044$ ($p < 0,01$) yang menunjukkan ada hubungan yang sangat signifikan antara kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah pada organisasi dengan loyalitas nasabah kredit PT. BPR Restu Artha Makmur Semarang. Hipotesis minor dianalisis menggunakan Teknik Korelasi Product Moment. Hipotesis minor yang pertama diterima dengan $r_{x1y} = 0,693$ dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,01$), yang berarti ada hubungan yang signifikan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah. Sedangkan hipotesis minor yang kedua diterima dengan $r_{x2y} = 0,517$ dengan p sebesar 0,001 ($p < 0,01$), yang berarti ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan nasabah terhadap organisasi dengan loyalitas nasabah.

Kata kunci: loyalitas nasabah, kepuasan nasabah, kepercayaan nasabah terhadap organisasi.

DAFTAR ISI

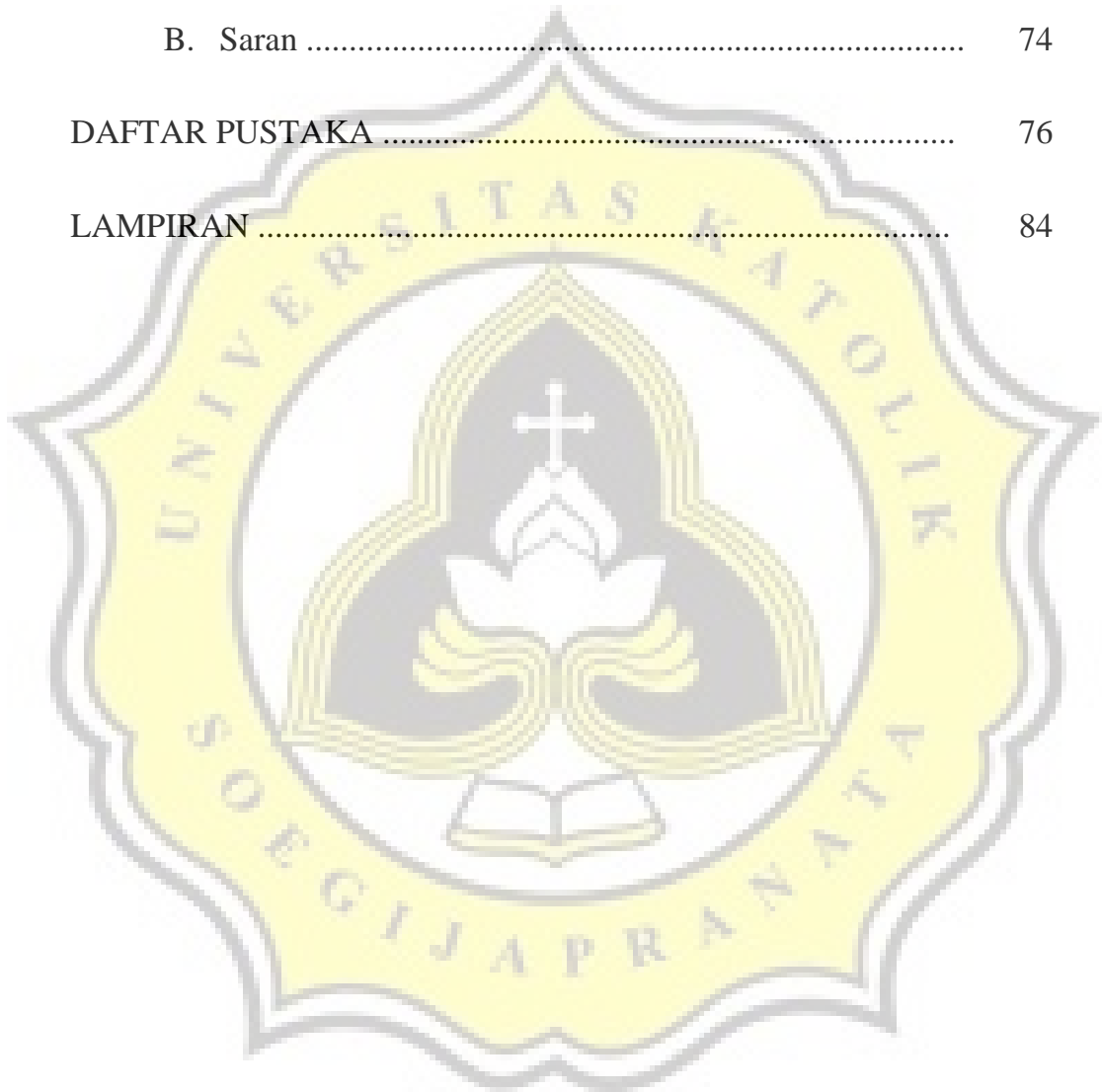
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAKSI	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	10
C. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Loyalitas Pelanggan	12

1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	12
2. Aspek-aspek Loyalitas Pelanggan	15
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	17
B. Kepuasan Pelanggan	21
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
2. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan	24
C. Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	26
1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	26
2. Dimensi Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	28
D. Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	32
E. Hubungan antara Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi dengan Loyalitas Pelanggan	36
F. Hubungan antara Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi dengan Loyalitas	

Pelanggan	40
G. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Metode Penelitian yang Digunakan	45
B. Identifikasi Variabel Penelitian	45
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
1. Loyalitas Pelanggan	46
2. Kepuasan Pelanggan	46
3. Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	47
D. Subjek Penelitian	47
E. Metode Pengambilan Data	48
1. Skala Loyalitas Pelanggan	48
2. Skala Kepuasan Pelanggan.....	49
3. Skala Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi.....	50
F. Uji Coba Alat Ukur	51
1. Validitas Alat Ukur	51
2. Reliabilitas Alat Ukur	52

G. Metode Analisa Data	53
 BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN	
PENELITIAN	54
A. Orientasi Kancan Penelitian	54
B. Persiapan Penelitian	55
1. Penyusunan Alat Ukur	55
2. Permohonan Ijin Penelitian	57
C. Pelaksanaan Penelitian	58
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	58
1. Validitas dan Reliabilitas Skala Loyalitas Pelanggan	58
2. Validitas dan Reliabilitas Skala Kepuasan Pelanggan.....	59
3. Validitas dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	60
 BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	62
1. Uji Asumsi	62
2. Uji Hipotesis	63

B. Pembahasan	65
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas	
Pelanggan	35
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 4. <i>Blue Print</i> Skala Kepercayaan Pelanggan terhadap	
Organisasi	51
Tabel 5. DistribusiSebaran Item Skala Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 6. Distribusi Sebaran Item Skala Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 7. Distribusi Sebaran Item Skala Kepercayaan Pelanggan	
terhadap Organisasi	57
Tabel 8. Sebaran Item Valid danGugurSkala Loyalitas	
Pelanggan	59
Tabel 9. Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kepuasan	
Pelanggan	60
Tabel 10 Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kepercayaan	
Pelanggan terhadap Organisasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

A.	SKALA PENELITIAN	85
	A – 1 Skala Loyalitas Pelanggan	86
	A – 2 Skala Kepuasan Pelanggan	91
	A – 3 Skala Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	95
B.	DATA DAN HASIL PENELITIAN	99
	B – 1 Data Penelitian Loyalitas Pelanggan	100
	B – 2 Data Penelitian Kepuasan Pelanggan	104
	B – 3 Data Penelitian Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	111
C.	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	115
	C – 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Loyalitas Pelanggan	116
	C – 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kepuasan Pelanggan	127
	C – 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Pelanggan terhadap Organisasi	132
D.	UJI ASUMSI	137
	D – 1 Uji Normalitas	138
	D – 2 Uji Linieritas	142
E.	UJI HIPOTESIS	147
F.	SURAT KETERANGAN	150
	F – 1 Surat Plagiasi	151
	F – 2 Surat Ijin Penelitian	152
	F – 3 Surat Bukti Penelitian	153